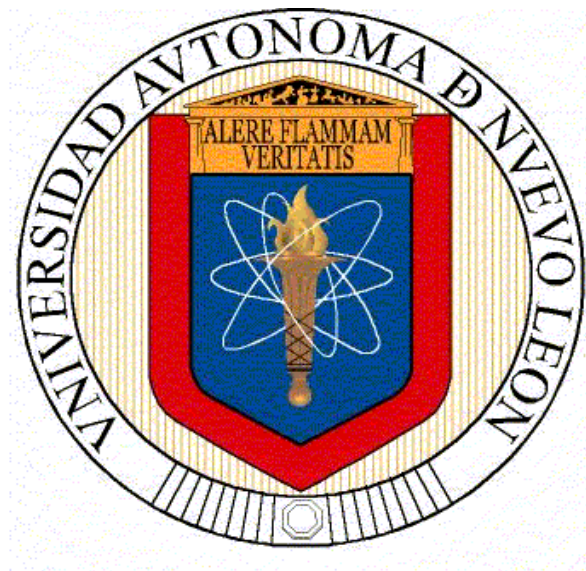


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**



**TESIS**

**“EVALUACIÓN DE LOS FACTORES CLAVES DEL  
COMPORTAMIENTO EN EL SERVICIO ODONTOLÓGICO.”**

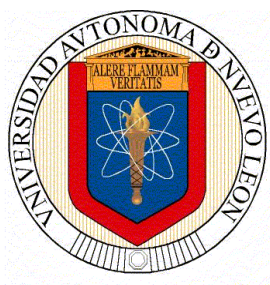
**QUE PRESENTA**

**NANCY GUADALUPE RAMÍREZ GUTIÉRREZ**

**PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA CON ORIENTACIÓN LABORAL Y  
ORGANIZACIONAL**

**MONTERREY NUEVO LEÓN, MÉXICO, AGOSTO 2014**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
POSGRADO**



**“EVALUACIÓN DE LOS FACTORES CLAVES DEL  
COMPORTAMIENTO EN EL SERVICIO ODONTOLÓGICO.”**

**PRESENTA  
NANCY GUADALUPE RAMÍREZ GUTIÉRREZ**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA CON  
ORIENTACIÓN LABORAL Y ORGANIZACIONAL.**

**DIRECTOR: MTRO. MANUEL ALMAGUER ALANÍS**

**MONTERREY NUEVO LEÓN, MÉXICO, AGOSTO 2014**

**Evaluación de los Factores Claves del Servicio Odontológico.**

---

**Director: Mtro. Manuel Almaguer**

---

**Revisor: Dra. Aurora Moyano**

---

**Revisor: Mtra. Ma. Eugenia Gzz.**

## **Resumen**

Este trabajo habla de las actitudes del odontólogo, que influyen para que el paciente que acude al dentista se sienta bien atendido y busque al dentista no solo por emergencias, sino para formarse el hábito de acudir regularmente a su cita de control, perdiendo el miedo de sufrir por causa de un mal manejo del consultorio, o por actitudes del odontólogo o de su personal. Y así recomendar a sus amigos y familiares.

Se hizo la aplicación a 50 pacientes de la facultad de odontología de la U.A.N.L. y a pacientes de práctica privada fascies y odontología integral. Los cuales los de práctica privada fueron los más satisfechos ya que su odontólogo les brinda la satisfacción que ellos necesitan. Los de la facultad de odontología mostraron mayor molestia ya que ahí se tienen que cumplir con ciertas reglas y protocolos para que sean atendidos por un odontólogo.

## Índice

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| 1. Introducción.....  | 6           |
| 2. Marco Teórico.....   | 8           |
| 2.1 Técnicas para la aplicación de la psicología a la atención de los pacientes.... | 12          |
| Comunicación no verbal.....   | 19          |
| Actitud del dentista.....   | 21          |
| Comunicación Médico Paciente  |             |
| Clima Laboral.....  | 22          |
| 2.2 Factores a medir.....   | 23          |
| Confianza   |             |
| Comunicación.....   | 24          |
| Lugar de trabajo .....  | 26          |
| Actitud del Odontólogo.....   | 27          |
| Calidad.....  | 28          |
| 3. Método.....  | 29          |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 4. Resultados .....          | 30 |
| 5. Conclusiones.....         | 35 |
| 6. Recomendaciones .....     | 37 |
| 7. Anexo 1. Instrumento..... | 38 |
| 8. Bibliografía .....        | 45 |

## **1. Introducción**

Hoy en día, en la sociedad actual, la imagen y el concepto del odontólogo han ido cambiando con el tiempo, se han realizado grandes avances científicos, se ha mejorado la técnica de ejecución de los tratamientos, los equipamientos se han modernizado y los materiales se han vuelto mucho más estéticos. Todos estos aspectos ayudan a establecer las bases de una mejor relación paciente–dentista.

Aunque sigue existiendo el temor o el rechazo de acudir al dentista ya sea por chequeo regular o una emergencia.

El cuidado de la salud bucal es el esfuerzo entre dos personas (Cinotti & Grieder 1972), no el trabajo de una persona sobre la otra. Es importante también la forma como interactúa el médico con su paciente, para esto el dentista debe ser flexible cuando deba hacer modificaciones en el plan de tratamiento cada vez que surja alguna necesidad particular en el paciente respecto al mismo. De esta manera sí se maximiza el estatus de igualdad dentista-paciente, al mismo tiempo se minimiza la posibilidad de que se rompa la interacción entre dentista-paciente. En este sentido es vital comprender que dicha relación está conformada por dos adultos, la cual es única e inigualable, así se posibilita una interacción realista y no fantasiosa, una relación de este tipo no es afectada por la ansiedad o la preocupación del paciente acerca del tratamiento dental.

También para que la relación sea buena es importante tomar en cuenta algunos aspectos como el desarrollo de la entrevista, es decir la historia clínica, el manejo del tiempo de cada cita, la actitud y preparación del profesional.

En el presente tema se trata de encontrar algunos de los factores importantes que pueden ayudar al odontólogo a desempeñarse mejor en su trabajo desarrollando las estrategias para crear en su paciente, confianza y satisfacción.

Así como crear un ambiente de confianza con el Paciente Antes, durante y después del tratamiento.



## **2. Marco teórico**

Los pacientes al acudir a la consulta establecen una relación con su dentista y con el equipo de profesionales que les tratan durante sus visitas. La base fundamental de esta relación debe estar siempre dentro del marco de la confianza. Esta relación se debe cuidar y mantener al máximo, de manera constante, vigilando todos sus aspectos ya sean a nivel científico, técnico, o de relación social o amistad.

La comunicación dentista–paciente se debe establecer y mantener de manera continua durante todas las visitas y en todas las fases del tratamiento. De este modo, se puede llegar a una plena satisfacción por ambas partes.

Esta relación se inicia desde la primera visita, que es el primer contacto, la primera vez que se encuentran, se observan y dialogan, es el momento decisivo y desde ese primer momento se va a definir el futuro de esta relación ( Thierer TE, Spec Care Dentist 2001). En esta relación la confianza se debe ir ganando poco a poco, y demostrando, con la información veraz que damos al paciente, usando un lenguaje claro y adaptado a su nivel socio–cultural, cuál es su estado y cuál es su realidad con respecto al tratamiento, sin olvidar que hoy en día debe quedar todo reflejado en el consentimiento informado. Nunca hay que olvidar que la relación hay que cuidarla también animando a colaborar al paciente día a día, así como manteniéndolo siempre motivado cita a cita y de cara a que sus cuidados posteriores y a que su salud oral se conserven siempre en buen estado. ( Thierer TE, Spec Care Dentist 2001)

En la relación médico paciente la confianza es un fenómeno que presenta características particulares, tales como: La percepción por parte del paciente de que su médico está interesado en resolver su problema, la convicción de que tiene la capacidad y la formación necesarias para ello, la certeza de sentirse aceptado sin ser juzgado, la experimentación de un sentimiento de seguridad, y de ser cuidado. Disminución de las resistencias por el clima de contención.

Comunicaciones que debilitan o estimulan la confianza: Juzgar o reprender versus comprender y alentar la corrección del error. Indicación autoritaria. Manipulación versus honestidad. Distancia versus empatía. Superioridad versus igualdad. Rigidez versus flexibilidad. (Aspectos Psicoterapéuticos de la relación médico-paciente. Pág. 8)

A menudo se observa el odontólogo atareado pasando por alto la cortesía y la afabilidad propias de la vida social, sin embargo debiera permanecer alerta para reconocer y apreciar los sentimientos de los demás.

El apreciar los sentimientos de los demás y ayudarlos a que los expresen puede aliviar mucha de la tensión que suele ser parte de cualquier consultorio dental.

La calidad de la atención médica se centra en la comunicación efectiva, verbal o no verbal, ya que si es deficiente la posibilidad de conflicto es elevada.

Para lograr eso es importante que los pacientes encuentren un consultorio limpio con un ambiente tranquilo y que encuentre en el dentista una persona en quien confiarle un área de su cuerpo tan importante como es la boca.

Y se puede lograr con una buena comunicación, negociación, y que sientan que es una persona especial para el odontólogo.

El odontólogo tiene la ventaja de poder relacionarse directa y constantemente con los pacientes, en el consultorio. Por eso es importante que conozca tanto los adelantos tecnológicos como la forma en que estos afectan al paciente de forma psicológica. Es importante que El odontólogo tenga noción de la personalidad y de los sentimientos de sus pacientes, para dar una mejor atención y obtener el manejo de su paciente, brindándole la tranquilidad que necesita y liberarlo de la tensión que presente a causa de lo desconocido o algún tipo de trauma de tiempo atrás causado por el dentista o algún otro médico.

El tratamiento exitoso del odontólogo va más allá de una buena comunicación con su paciente. Una lección importante en la adquisición de un mejor conocimiento de sí mismo es tomar conciencia de los sentimientos verbales y no verbales que los demás manifiestan hacia el dentista.

Es importante aprender a escuchar lo que se dice con palabras y lo que se expresa con su comportamiento no verbal. Cuando concuerdan estas conductas verbal y no verbal, el odontólogo puede confiar en lo que le dice la gente en respuesta a las preguntas que se le plantea.

Algunas de las características que constituyen aspectos importantes para la atención de los pacientes es ser buenos oyentes, buenos observadores y buenos educadores, mostrar interés y objetividad, es decir mostrar empatía. (empatía es la comprensión emocional del paciente con quien tratamos). El Odontólogo aprende que no puede ser una persona arrastrada por la tormenta y que se vea involucrada en los problemas personales de cada uno de sus pacientes.

Otra característica es la honestidad con el paciente, es necesario hablarle al paciente directo y en algunas ocasiones sin muchas explicaciones, ya que por el tipo de paciente esto podría ser contraproducente. Es decir hay que primero observar al tipo de paciente con el que estamos tratando o el estado psicológico en el que se encuentre, si es un niño, un adulto o un adulto mayor. A un niño sociable y activo, podría ayudar hablarles primero de algunos instrumentos y a los adultos hablarles un poco sobre sus intereses personales y lo que los lleva al consultorio para liberarlos del estrés causado por estar en el consultorio. No debemos pasar por alto que a la hora de estar en el consultorio el adulto es como un niño va lleno de dudas, temores preocupaciones que en ocasiones no se transmiten al profesional.

En ocasiones el odontólogo muestra una expresión en blanco, que no revela emociones o sentimientos hacia su paciente. Como resultado, sin darnos cuenta, podemos generar temor, inquietud o malestar en nuestros pacientes al no demostrarles calidez que en nuestro interior experimentamos por ellos. El momento dedicado a una sonrisa, un apretón de manos y un saludo cordial al paciente puede facilitar su atención.

Y escucharlos con atención nos puede evitar cometer errores como la simple elección de color de una prótesis y ocasionar que el paciente se sienta insatisfecho con el trabajo que le estamos dando.

## **2.1 Técnicas para la aplicación de la psicología a la atención de los pacientes.**

La tranquilización es una técnica verbal comúnmente empleada cuando se procura ayudar con los problemas.

Esta técnica se usa para manejar la preocupación y la angustia del paciente, pero no es muy eficaz ya que trata de ocultar los problemas en lugar de aliviar la angustia que yace de tras ellos.

Para que esta sea eficaz debe ser un proceso interior, es decir contar con hechos y nociones el paciente debe estar educado para que la tranquilización funcione.

La Estructuración Consiste en proveer al paciente de un conocimiento de lo que el habrá de hacer y a la vez, de lo que el odontólogo le hará. En el paciente nace un sentido de obligación hacia las reglas propuestas y espera de ellas tanto como el odontólogo. Si no se comprenden claramente las reglas básicas es posible que se produjeran malentendidos, confusiones, angustia.

El odontólogo debe estar apto para reconocer los sentimientos que expresen, ya que pudieran mostrar ideas vagas pero con significado para el odontólogo donde puede reflejarse el miedo.

La reflexión de los sentimientos puede llevar a que el paciente contemple sus problemas más a profundidad y que proporcione información adicional y más significativa. Se repite lo que la persona acaba de decir y le da carácter de interrogación; el paciente comprende que proporcione información insuficiente y que debe aclarar lo que dijo anteriormente.

El temor y la angustia son algunos de los problemas con los que se encuentra el odontólogo, dejar que el paciente hable para expresar sus ideas y sentimientos constituye una forma eficiente de manejar esas preocupaciones.

A la gente le gusta escuchar que le hablen por su nombre, este es un factor importante en la conservación de una buena relación paciente y odontólogo.

Halagar a un paciente por su cooperación en el sillón dental es una manera simple de desarrollar confianza, señalando lo valiente y decidido que es el paciente ya no fallará más.

Cualquier temor que experimente será suprimido y muchas veces después del tratamiento le habrá parecido la molestia menos dolorosa de lo que esperaba.

Se debe saludar adecuadamente a los pacientes, es decir, ser cortés, afable y atento al saludar a un paciente. Un apretón de manos y mirarlo directamente a los ojos con una sonrisa en los labios, puede ser un gesto grato, irradia un sentimiento de buena voluntad.

Ser un buen oyente, en ocasiones se toma como un halago el permitir que el paciente hable de sus intereses para que después el dentista le hable de ellos, con eso se les muestra interés por él y su familia, sus gustos, ocupaciones, etc.

Es importante que el dentista y su personal estén vestidos impecablemente dentro del consultorio y fuera del él.

El odontólogo debe contar con confianza en él mismo para reforzar la decisión que tome su paciente y conducirlo hábilmente hacia los fines necesarios para su tratamiento.

Algunas reglas para el odontólogo debieran ser excelente trabajo, comprensión, confianza e integridad.

Persuadir al paciente, influir en el paciente, lograr que acepte el mejor plan de tratamiento para él. Esto se puede lograr modificando en cierta medida las opiniones y actitudes de los pacientes. Según el tipo de actitud o de opinión que sostenga el paciente, el odontólogo deberá concentrar sus esfuerzos en educarlo para que comprenda el papel del dentista y los métodos modernos de tratamiento odontológico, o para eliminar la tendenciosidad y los prejuicios creados por el temor y la información errada. Y así llevar el tratamiento a un feliz término.

Antes de persuadir debemos tener en cuenta la historia clínica del paciente, que previamente fue contestada por él.

Una buena historia clínica se podrá obtener cuando existe una buena conexión con el odontólogo y el paciente. Conexión (rapport) es esa relación armoniosa que hace sentir a la gente apreciada y comprendida. Cuando existe una buena conexión el paciente confía en el odontólogo. La conexión entre ambos permite al paciente expresar sentimientos que de otro modo no surgirían casualmente en una conversación. La información obtenida en estas circunstancias es, claro está confidencial y como tal deberá ser tratada.

La persuasión involucra informar al paciente sobre sus necesidades odontológicas a su nivel de comprensión, brindar información y educación sobre cómo podrá el programa de tratamiento beneficiarlo y explicar qué incluye el servicio ofrecido y finalmente ofrecer una información completa sobre lo que el paciente está comprando y cuánto costará.

Todo esto el enfoque ético, las cualidades personales positivas y una profunda conciencia de las necesidades de los demás, puede conducir a crear una atmósfera favorable que conduzca a la aceptación por parte del paciente de los productos odontológicos, es decir el profesional y sus servicios.



Si a esto le agregamos el clima del consultorio, una atmósfera amistosa y relajante, que inspira confianza en el paciente refuerza el concepto del paciente mismo y le hace más fácil aceptar las sugerencias del odontólogo.

El interior del consultorio debe crear un sentimiento de calidez y tranquilidad. Algunos analistas motivacionales sugieren que la decoración vaya dirigida al agrado de las mujeres, ya que constituyen la mayoría de la clientela, y los hombres se han aprendido a adaptarse a las decoraciones elegidas por las mujeres en sus hogares.

La actitud de los pacientes puede variar de la confianza y amistad a la desconfianza y la hostilidad.

El odontólogo debe aprender a manejar debida y eficazmente a los pacientes fríos y distantes. Mediante la comprensión de las motivaciones básicas podrá aliviar el estrés y la preocupación y así dará lugar a una más pronta relación con él.

Los puntos periféricos de persuasión son auxiliares valiosos para producir una motivación subconsciente del paciente.

El consultorio debe irradiar capacidad profesional. Los pacientes deben captar esa eficiencia desde que llega a la sala de recepción. Cuando está adecuadamente diseñada y arreglada, una sala de recepción puede crear una impresión de calidez y relajación.

Otros puntos periféricos son los factores básicos como la limpieza y comodidad, así como la conducta considerada, amable, respetuosa y alegre.

Otro factor son los honorarios., también el aspecto personal del odontólogo y su personal.

Factores que promueven confianza en el paciente: cortesía, amabilidad, honestidad, tacto.

El odontólogo debe tener cuidado de no ofender la inteligencia del paciente con métodos de persuasión bajo alta presión. Solo podrá ir conduciendo al paciente hacia su manera de pensar si ocurre una persuasión con cuidado y tacto, sin presiones. Por el contrario, forzar al paciente a que acepte cierta forma de odontología solo lo irrita y confunde. Puede generar sentimientos de hostilidad y de completo rechazo del tratamiento. El odontólogo debe hablar con autoridad pero sin ser autoritario, para que el paciente tenga confianza en el diagnóstico que se le da y el método propuesto de restauración.

Pero si el paciente no pudiera o no quisiera aceptar el plan de tratamiento, se debe contar con otro enfoque del problema. Este otro plan debe ser presentado de buen grado y cortésmente, para que el paciente sienta que el profesional hará lo mejor posible cualquiera que sea el plan aceptado. Se debe dejar abierta la puerta al paciente para que éste sepa que siempre podrá volver en un futuro a realizar el plan de tratamiento que mejor se le acomode a su presupuesto y que mejor le parezca.

En todo consultorio se presenta también el paciente que anda de compras, es decir visitan cantidad de consultorios buscando un mejor presupuesto. Con este tipo de pacientes se debe poner especial atención y comprender su actitud. Ofreciendo el mismo tipo de tratamiento que se le ofrecería a cualquier otro paciente pero brindando mejor atención en la explicación del tratamiento y presupuesto, se le deben enumerar

los beneficios que obtendrá al realizarse el tratamiento y la calidad con que realiza el trabajo.

Además de los diversos factores psicológicos el odontólogo debe estar alerta y observar al paciente desde que entra en el consultorio.

En muchas ocasiones el temor puede ser al dolor, al costo o por descuido o falta de tiempo y esto muchas veces suele alejar a los pacientes.

Ese temor puede deberse a una experiencia pasada traumática en el consultorio odontológico. En otros casos, puede ser la manifestación de una tendencia neurótica. En cualquier caso, el temor puede ser reducido con la terapia de relajación o por el manejo cuidadoso del paciente. (De Cinotti & Grieder. Pág. 231)

## **Comunicación no verbal**

La comunicación no verbal se refiere a la eficacia en la transmisión de ideas, conocimientos y sentimientos por medio de los signos no verbales que complementan, modifican y a veces sustituyen el lenguaje verbal

Esta competencia incluye la comunicación kinésica o cinética que se refiere a los movimientos que hacemos con el cuerpo, los gestos y el dominio del espacio y la comunicación paralingüística que comprende la modificación de la voz, sonidos y silencios.

- Expresiones faciales: Los movimientos y gestos que hacemos con nuestra cara pueden mostrar afectividad, rechazo, sorpresa o interrogación.
- Labios: Una sonrisa transmite satisfacción; mordernos los labios denota inseguridad; y la boca caída demuestra decepción.
- Movimientos corporales: Las manos, brazos y, en general, todo el cuerpo pueden transmitir distintos mensajes. Una reverencia muestra afectividad; los brazos abiertos transmiten incompreensión; mover mucho las manos o los pies puede demostrar nerviosismo.
- Apariencia física: Este elemento es uno de los más importantes en las primeras impresiones que damos. La higiene, el cuidado personal y la forma de vestir pueden facilitar o dificultar la comunicación.

- Mirada: Los ojos y la mirada tienen una influencia enorme. Al mirar a los ojos, hay veracidad e intensidad; mientras que una mirada caída puede significar arrepentimiento o vergüenza. La mirada debe ser expresiva, mostrar atención, concentración en lo que el paciente relata, interés en lo que dice y deseo de comunicación. La mirada fija, poco expresiva, puede ser atemorizante, del mismo modo que no mirar al paciente puede ser interpretado como falta de interés y deseo de que la consulta termine pronto.

- Espacio: La distancia con la audiencia ayuda a alcanzar los objetivos. Se necesita un equilibrio. Mientras que estar demasiado lejos demuestra desinterés; acercarse mucho puede expresar la invasión del espacio personal del otro, el exceso de confianza. Estar en una posición más elevada promueve la sensación de dominio y poder. Es importante que cuidemos la distancia proxémica que debe haber entre nuestro paciente y nosotros, odontólogos, suele llamársele distancia social que es lo permitido 1m. aproximadamente pero en ocasiones de acuerdo al trabajo que estemos realizando o a la habilidad del odontólogo esta puede reducirse a aprox. 60cm aquí, el paciente podría llegar a sentirse intimidado, o pensar que estamos invadiendo su espacio, hasta podría llegar a darse un mal entendido. Por eso debemos mantener el respeto que merecen los pacientes y la forma en que queremos que vean al odontólogo.

- Tono de voz: Se refiere al volumen, inflexiones y énfasis. Variando el tono de voz podemos transformar un discurso monótono en un interesante. El tono debe ser audible para el paciente sin necesidad de gritar, se debe modular con claridad para evitar malentendidos, la entonación debe corresponder a lo que se habla.

- Ritmo de voz: Es la velocidad y las pausas que utilizamos al hablar. Es muy importante para la comprensión del mensaje.

### **Actitud del dentista**

En el arte de la Medicina, la actitud clínica incluye confidencialidad, consentimiento,

respeto por los derechos del paciente, que en último término son formas de relación humana.

En la actitud clínica, ocurre un permanente proceso de decisiones. Es conocido, que la mayor información, que pueda tener un profesional médico, no implica necesariamente mejor desempeño. A veces esto ocurre por no considerar algunas de las consideraciones antes mencionadas. La utilidad de la información médica en clínica, radica en su manejo, en su aplicación, más que en la cantidad o calidad de la misma. El exceso de información mal aplicada, puede representar un riesgo para el paciente, tan importante, como la falta de información.

### **Comunicación Médico Paciente**

La relación médico paciente, manifestación de la actitud clínica, se da en un contexto de confianza, en que se respeta la individualidad, lo personal. Este acto médico se concibe por lo tanto en un ambiente íntimo, que permita recoger información y utilizarla en beneficio del paciente. Fluye de esta situación el secreto médico como un valor inherente al acto clínico y como conducta ética.

### **Clima Laboral:**

El clima organizacional es un conjunto de propiedades del entorno de trabajo, percibido directamente o indirectamente por los empleados, que se supone que es una fuerza importante para influir en el comportamiento de los empleados.

En este caso también es percibido por los pacientes o clientes que asisten al lugar.

**Ambiente físico:** comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.

**Características estructurales:** como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, etcétera.

**Características personales:** como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas, etcétera.

## **2.2 Factores que mediremos en este producto integrador son:**

### **1.Confianza:**

Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones.

Ganesan(1994) define la confianza como una creencia, un sentimiento o una expectativa respecto a la otra parte de la relación, que procede de la pericia de ésta, de su fiabilidad y de su intencionalidad.

Das y Teng (1998) consideran que la confianza es el grado en que el que confía mantiene una actitud positiva hacia la buena voluntad y la fiabilidad de la otra parte, en una situación arriesgada de intercambio.

De esta forma se observa una descripción de confianza a través de dos componentes diferenciados la credibilidad y confianza.

La credibilidad hace referencia al grado en que una de las partes cree que la otra tiene la formación necesaria para desempeñar el trabajo eficaz y responsablemente.

La benevolencia se basa en el grado en que una de las partes cree que la otra tiene propósitos beneficiosos para la primera cuando surgen nuevas condiciones, para las cuales no se ha realizado un compromiso



Factores de confianza:

- **FIABILIDAD:** Cualidad/ factor que consiste en hacer lo que se dice que se va a hacer (en tiempo y forma);
- **AUTENTICIDAD:** Cualidad/ factor que consiste en decir lo que se piensa, guste o no a los demás, de una manera asertiva (es decir, contundente pero cuidando exquisitamente las formas);
- **CONSIDERACIÓN:** Cualidad/ factor consistente en aceptar con palabras y hechos a los demás tal y como son, con sus puntos fuertes y débiles, haciéndoles sentirse reconocidos por su forma de ser única y diferente.
- **APERTURA:** Cualidad/ factor que consiste en comunicarse con comodidad y fluidez, de una manera no total o evidentemente planificada, aportando a los demás la frescura del momento.

## **2. Comunicación**

### **Comunicación no verbal**

Edward Salir escribió (La comunicación no verbal, Pág. 9):

“Respondemos a los gestos con especial viveza y podríamos decir que lo hacemos de acuerdo a un código que no está escrito en ninguna parte, que nadie conoce pero que todos comprendemos.

En psicología, por ejemplo, al observar la corriente del movimiento del cuerpo humano, se eligen las diversas unidades de la conducta por separado: el contacto visual,

la sonrisa, el roce del cuerpo o alguna combinación de estos factores, y las estudian en la forma tradicional.

Los especialistas reconocen desde hace mucho tiempo que la forma de moverse de un individuo proporciona datos ciertos sobre su carácter, sus emociones y las reacciones hacia la gente que lo rodea.

La comunicación —dijo Birdwhistell— “no es como una emisora; y una receptora. Es una negociación entre dos personas, un acto creativo. No se mide por el hecho de que el otro entiende exactamente lo que uno dice, sino porque él también contribuye con su parte; ambos participan en la acción. Luego, cuando se comunican realmente, estarán actuando e interactuando en un sistema hermosamente integrado”. (La comunicación no verbal; Pág. 22)

Factores:

Sonrisa

Saludo de mano

Acompaña a la puerta

Llama por su nombre

Cortez

### **3. Lugar de trabajo**

Un consultorio dental está definido como un centro sanitario donde un equipo especializado en salud bucodental realiza funciones de promoción de la salud dental, educación sanitaria y prevención de la enfermedad, además de realizar el diagnóstico y tratamiento de las diferentes enfermedades bucodentales. ( Instituto Profesional de Estudios de la Salud)

El consultorio dental dispone de diferentes áreas de trabajo diferenciadas y distribuidas con el fin de facilitar el trabajo de los profesionales y asegurar la calidad del servicio. Las áreas son:

- Entrada: deben presentar unas dimensiones adecuadas que faciliten el paso de sillas de ruedas. En algunos centros esta área coincide con la zona de recepción (donde se realizan los trámites administrativos).

- Sala de espera: debe ser un área confortable, ya que es necesario que el paciente se sienta cómodo y tranquilo durante el tiempo de espera.

- Gabinete dental: posee el equipamiento adecuado para los diferentes tratamientos. Pueden ser salas cerradas (con un solo sillón dental en la habitación), semicerradas (con sillones separados por mamparas) o abiertas (ideal para disminuir la ansiedad de los niños). Dentro del gabinete dental deben existir unos factores ambientales con el fin de conseguir unas condiciones favorables tanto para el paciente como para los profesionales. Estos factores son:

- Temperatura: comprendida entre los 19-22 °C, con el fin de evitar al paciente sensaciones desagradables (escalofríos).

- Iluminación: una luz suave facilita la relajación del paciente. La lámpara debe aportar luz directamente sobre la boca del paciente.

- Colores: es recomendable evitar el uso de colores fuertes y estresantes.

- Ruido: es importante mantener unos límites en el nivel de ruido. Es aconsejable el uso de música ambiental.

Factores:

|             |                |
|-------------|----------------|
| Temperatura | Sala de espera |
|-------------|----------------|

|             |         |
|-------------|---------|
| Iluminación | Entrada |
|-------------|---------|

Colores

#### **4. Actitud del odontólogo**

Se puede decir que muestra el estado de ánimo que el odontólogo transmite, ya sea con lo que se dice o por su postura.

El odontólogo debe mantener siempre una actitud de servicio y tener la serenidad y tranquilidad necesarias para ofrecer su atención en las mejores condiciones. La integridad y honestidad deben ser para el dentista aspectos muy importantes de su persona.(Cinotti & Grieder 1972)

Factores:

|            |                    |              |
|------------|--------------------|--------------|
| Motivación | Toma de decisiones | Optimismo    |
| Respeto    | Solidaridad        | Interés      |
|            |                    | Paternalista |

## 5. Calidad

La calidad significa aportar valor al cliente, es decir, ofrecer unas condiciones de uso del producto o servicio superiores a las que el cliente espera recibir y a un precio accesible. También, la calidad se refiere a minimizar las pérdidas que un producto pueda causar a la sociedad humana mostrando cierto interés por parte de la empresa a mantener la satisfacción del cliente.(Enciclopedia libre)

Factores:

|                                    |                          |
|------------------------------------|--------------------------|
| Tiempo de espera                   | Llamada post tratamiento |
| Satisfacción del trabajo realizado | buen material de trabajo |
| Llamadas para confirmar citas      |                          |

### **3.Método**

Se diseñó la investigación sobre factores conductuales claves de la relación médico-paciente.

En este estudio se utilizó un instrumento para medir la confianza entre los pacientes de odontología.

El instrumento fue diseñado por Nancy Gpe. Ramírez Gutiérrez bajo la supervisión del maestro Manuel Almager.

En un principio se aplicó una prueba piloto para darnos cuenta si era comprendida por los pacientes y si era de utilidad para nosotros.

Se tomó una muestra de 50 pacientes de la facultad de odontología y práctica privada

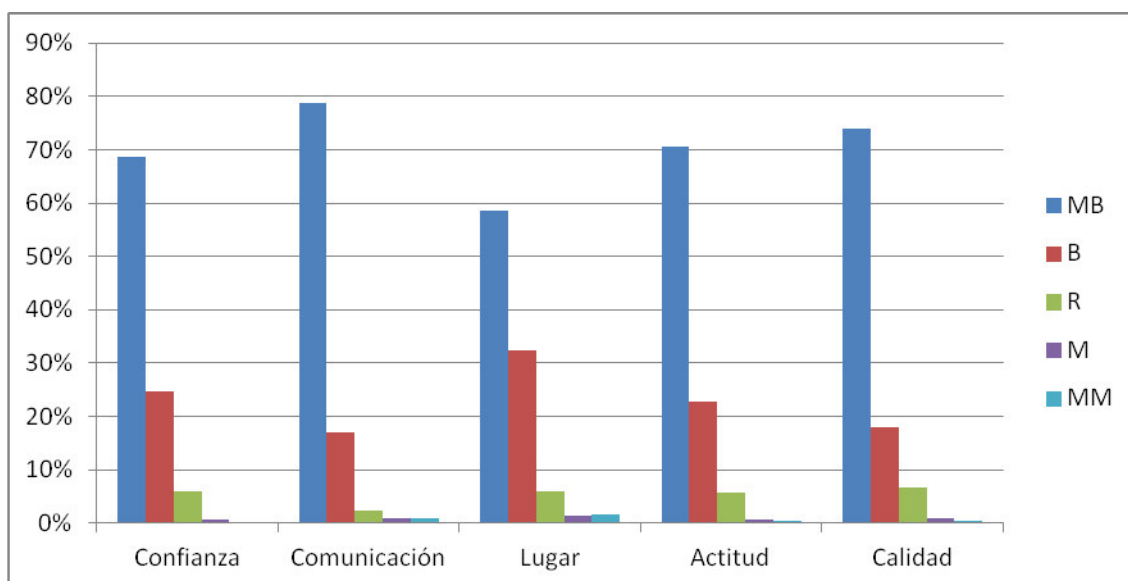
Para conocer si los alumnos practicaban sus conocimientos y transmiten su confianza a los pacientes y al mismo tiempo conocer si los pacientes se sentían satisfechos con la atención brindada por su odontólogo.

El instrumento consta de 30 ítems donde se miden 5 factores. Confianza, comunicación, lugar de trabajo, actitud del odontólogo y calidad en el servicio.

El paciente tiene la oportunidad de seleccionar la opción que mejor le parezca. Entre 5 opciones para responder a cada uno de los ítems, que son muy bueno, bueno, regular, malo y muy malo. Anexo 1

## 4.Resultados

|    | Confianza | Comunicación | Lugar | Actitud | Calidad |
|----|-----------|--------------|-------|---------|---------|
| MB | 69%       | 79%          | 59%   | 71%     | 74%     |
| B  | 25%       | 17%          | 32%   | 23%     | 18%     |
| R  | 6%        | 2%           | 6%    | 6%      | 7%      |
| M  | 1%        | 1%           | 1%    | 1%      | 1%      |
| MM | 0%        | 1%           | 2%    | 0%      | 0%      |

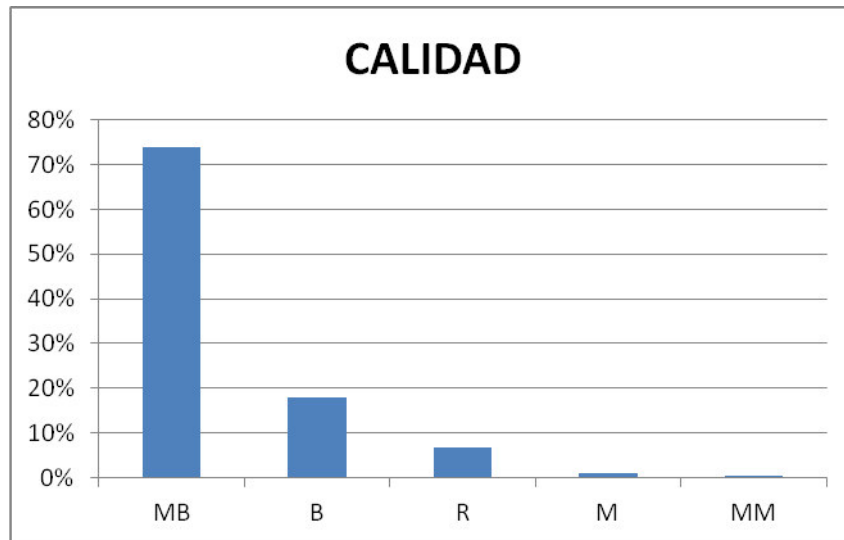


La comunicación alcanzo un 79% del total de las personas encuestadas manifestaron haber sido muy bien recibidos por el odontólogo y su personal, se sintieron escuchados y con la confianza de expresar su opinión.

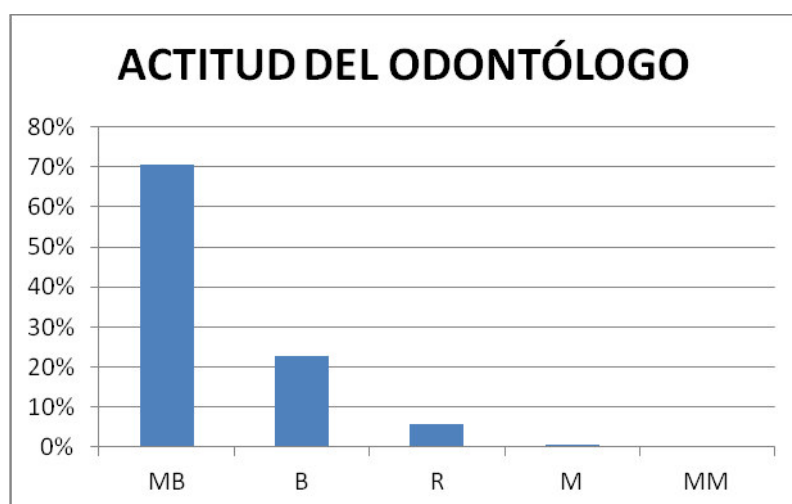


La calidad alcanzo un 74% del total de las personas encuestadas donde el 74% manifestaron sentirse satisfechos con el trabajo realizado por el dentista y sus asistentes, recibieron trato amable y preocupación por su salud después del tratamiento y solo el 1% manifestaron haber recibido mala calidad en el servicio brindado.

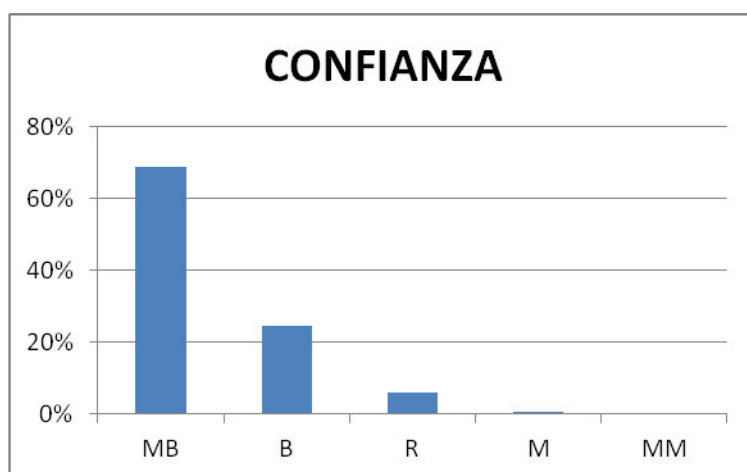




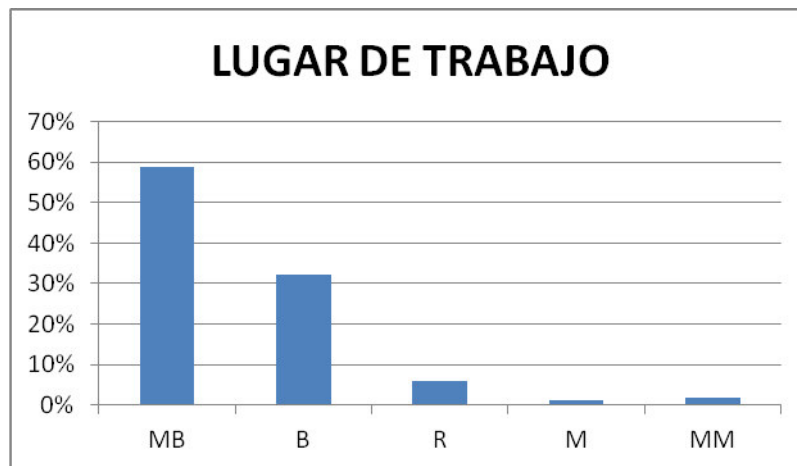
La actitud del odontólogo alcanzo un 71% del total de las personas encuestadas donde el 71% manifestaron haberse sentido motivados a continuar con el tratamiento y a seguir las indicaciones fuera del consultorio, sintieron que el odontólogo los trataba con respeto y muy interesados en brindar buena atención a los pacientes. Solo el 1 % no se sintieron motivados.



La confianza alcanzó un 69% del total de las personas encuestadas donde el 69% manifestaron haberse sentidos tranquilos por la honestidad del odontólogo y por haber cumplido con el trabajo establecido en cuanto al tiempo establecido. Y el 1 % estuvo inconforme por tener que realizar formulismos antes de ser atendidos. Esto ocurrió en práctica pública.



El lugar de trabajo alcanzó un 59% del total de las personas encuestadas donde el 59% manifestaron haber estado en un lugar tranquilo, con un buen ambiente y el consultorio limpio, y el 2 % estuvieron en desacuerdo por no tener estacionamiento cerca.



## **5. Conclusiones**

En muchas ocasiones el odontólogo no sale de la facultad de odontología sabiendo cómo manejar al paciente psicológicamente, sino hasta que va tomando experiencia, se da cuenta y va cambiando las estrategias para manejar al paciente, ya que debemos como odontólogos, atenderlos con el debido respeto, darles lo que pidan siempre y cuando sea lo mejor para ellos, algunas veces asesorándolos para que ellos mismos tomen la mejor decisión, algunas veces convenciéndolos de algo que a lo mejor ellos no estaban dispuestos a hacer y que ni siquiera lo hubieran pensado.

Es con la actitud positiva, de respeto, de estar dispuestos a dar lo mejor de nosotros lo que hace que el paciente se sienta contento, se vaya satisfecho de nuestro consultorio y regrese con nosotros para su chequeo de rutina, ya que el paciente casi siempre se presenta al consultorio dental con cierto temor o angustia y es nuestra labor hacerlo sentir tranquilos y confiados de que haremos lo mejor para ellos.

En este trabajo pudimos darnos cuenta que los pacientes de práctica privada fueron los más satisfechos, ya que reciben buen trato por parte del personal de la clínica, y eso no quiere decir que no vayan con temor a lo que les irán a realizar sino que el odontólogo se encarga de aclararles todas sus dudas antes de iniciar con el tratamiento y poco a poco los convence de que atenderse es lo mejor que el paciente puede hacer antes de realmente sentirse afectados por algún dolor mayor.

Los pacientes que asisten a la facultad se sienten un poco más temerosos pero por razones de protocolos administrativos, ya que aunque son atendidos por estudiantes

ellos hacen su mayor esfuerzo por agradar a su paciente y están apoyados por sus maestros para darles el mejor servicio a sus pacientes.

## **6. Recomendaciones**

Se recomienda atender a los pacientes de la mejor manera de tal forma como a nosotros nos gustaría que nos atendieran.

Debemos observarlos desde la primera vez que llegan con nosotros, para observarlos y así decidir la forma en que los podemos tratar es decir, observar si son nerviosos o son de los pacientes a los que les podemos decir cualquier cosa referente al tratamiento que necesiten.

Brindarles atención de calidad ya sea en la práctica privada o en alguna institución, la confianza que les brindemos a los pacientes depende de la actitud del odontólogo no importa si es institución pública o privada.

También mantener nuestro lugar de trabajo limpio y agradable para nuestros pacientes.

## 7. Anexo 1. Instrumento.

Fecha: abril de 2014.

### Cuestionario odontólogo-paciente.

#### Notas aclaratorias:

- 1.- La finalidad de este instrumento es conocer su opinión o sentir sobre ciertos aspectos correspondientes a la relación paciente - dentista.
- 2.- Su participación permanecerá ANONIMA y es por ello que le solicitamos y agradeceremos conteste con plena confianza y honestidad.
3. Por último es relevante mencionarle que los resultados obtenidos serán orientados a la mejora continua.

#### I. Datos del encuestado.

Género: M o F

Edad: \_\_\_\_\_

**II. Instrucción general:** A continuación se te presentarán una serie de preguntas referentes a diversos aspectos de tu consulta y cada una cuenta con cinco opciones diferentes de respuesta de las cuales solo podrás elegir solo una, la cual señalarás con una “X” en la carita correspondiente.

3. ¿Le explicaron lo que le iban a realizar antes de iniciar con el tratamiento?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

1. ¿Le hicieron el trabajo que necesitaba?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

2. ¿Cumplieron con el tiempo establecido de sus citas?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

3. ¿Espero mucho tiempo para ser atendido?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

4. ¿Considera que le hicieron un buen trabajo?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

5. ¿Se sintió entendido?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo



6. ¿El dentista le dio la bienvenida?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

7. ¿Lo llamaron por su nombre?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

8. ¿El dentista lo escucho con atención?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

9. ¿Recibió buen trato por parte de asistentes y personal administrativo?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

10. ¿El dentista lo acompañó a la puerta?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Mal

11. ¿Le dieron los costos por escrito?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

12. ¿Se sintió tranquilo en el consultorio?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

13. ¿La temperatura del consultorio era agradable?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

14. ¿El sillón dental lo sintió cómodo?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

15. ¿El consultorio estaba limpio?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

16. ¿Tiene estacionamiento?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

17. ¿Es un lugar agradable a la vista?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

18. ¿Se sintió motivado para continuar con el tratamiento?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

19. ¿Se sintió motivado para seguir las indicaciones fuera del consultorio?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

20. ¿Sintió que el dentista estaba interesado en atenderlo?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

21. ¿El dentista lo guio para tomar la mejor decisión en cuanto al tratamiento?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

22. ¿Respetaron sus puntos de vista?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

23. ¿Lo escucharon con atención?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

24. ¿Se siente satisfecho con el trabajo realizado?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

25. ¿Le parece que pago lo justo por el trabajo realizado?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

26. ¿Tuvieron la atención de llamarle para confirmar o recordar su próxima cita?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

27. ¿Le llamaron después de su tratamiento para confirmar su estado de salud?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

28. ¿Recibió un trato amable por parte del dentista?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

29. ¿Recibió buen trato por parte del personal de la clínica?



Muy Bueno



Bueno



Regular



Malo



Muy Malo

Comentarios o Sugerencias:

---

---

## 8. Bibliografía

Aspectos Psicoterapéuticos de la relación médico-paciente. Libros Virtuales Intramed.

[www.intramed.net/sitios/librovirtual6/pdf/06\\_05.pdf](http://www.intramed.net/sitios/librovirtual6/pdf/06_05.pdf)

Ávarez C.. (enero 19, 2012). Relación entre el odontólogo y los distintos tipos de pacientes. febrero 18,2014, de Gaceta Dental. Sitio web: [www.gacetadental.com/.../la-relación-entre-el-odontólogo-y-los-distintos...](http://www.gacetadental.com/.../la-relación-entre-el-odontólogo-y-los-distintos...)

Cinotti W. & Grieder A. (1972). Psicología Aplicada en Odontología. Buenos Aires: Editorial Mundi S.A. I.C. Y F.

Davis F. (marzo,2010). La comunicación no verbal.

<http://comunicacionenlaunsj.files.wordpress.com/2011/09/la-comunicacion-no-verbal.pdf>

Fernández M. & Martín J. (junio 21, 2005). La confianza y el compromiso como factores clave del éxito de las relaciones comerciales. Dialnet

Muñoz A.. (2014). La Comunicación Asertiva. 2014, de about Sitio web:

<http://motivacion.about.com/od/superacion/a/La-Comunicacion-Asertiva.htm>

Rojas G. & Misrachi C.. (abril,2003). La interacción paciente-dentista, a partir del significado psicológico de la boca . 2014, de Avances en estomatología Sitio web: [scielo.isciii.es/pdf/odonto/v20n4/original2.pdf](http://scielo.isciii.es/pdf/odonto/v20n4/original2.pdf)

Aspectos Psicoterapéuticos de la relación médico-paciente. Libros Virtuales Intramed.  
[www.intramed.net/sitios/librovirtual6/pdf/06\\_05.pdf](http://www.intramed.net/sitios/librovirtual6/pdf/06_05.pdf)

Ávarez C.. (enero 19, 2012). Relación entre el odontólogo y los distintos tipos de pacientes. febrero 18,2014, de Gaceta Dental. Sitio web: [www.gacetadental.com/.../la-relación-entre-el-odontólogo-y-los-distintos...](http://www.gacetadental.com/.../la-relación-entre-el-odontólogo-y-los-distintos...)

Cinotti W. & Grieder A. (1972). Psicología Aplicada en Odontología. Buenos Aires: Editorial Mundi S.A. I.C. Y F.

Davis F. (marzo,2010). La comunicación no verbal.  
<http://comunicacionenlaunsj.files.wordpress.com/2011/09/la-comunicacion-no-verbal.pdf>

Fernández M. & Martín J. (junio 21, 2005). La confianza y el compromiso como factores clave del éxito de las relaciones comerciales. Dialnet

Muñoz A.. (2014). La Comunicación Asertiva. 2014, de about Sitio web:  
<http://motivacion.about.com/od/superacion/a/La-Comunicacion-Asertiva.htm>

Rojas G. & Misrachi C.. (abril,2003). La interacción paciente-dentista, a partir del significado psicológico de la boca . 2014, de Avances en estomatología Sitio web: [scielo.isciii.es/pdf/odonto/v20n4/original2.pdf](http://scielo.isciii.es/pdf/odonto/v20n4/original2.pdf)